

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Usaha

Bisnis *online shop Rainbow "The Bow"* ini merupakan bisnis yang menjual makanan dan minuman secara online serta juga melakukan penjualan pada event atau acara tertentu seperti *Pop Up Bazaar*, *Pasar Semawis*, *Car Free Day*, namun, apabila terdapat konsumen dapat memesan melalui *Gofood* ketika ingin memesan namun sedang tidak bisa berkunjung ke acara tersebut. Untuk berjualan serta promosi, akan digunakan media sosial sebagai sarana melakukan hal tersebut. Lokasi usaha ini berada di Kota Semarang. Usaha ini bernama "*Rainbow*" karena sesuai dengan produk yang akan dijual dimana makanan serta minuman yang akan diproduksi nantinya memiliki warna yang berwarna – warni seperti pelangi serta variasi produknya yang beraneka ragam. Produk yang akan ditawarkan seperti roti bakar dengan isian keju *mozarella* yang akan dibuat dengan warna yang beraneka ragam serta es dawet yang juga akan diproduksi dengan warna yang juga beraneka ragam. Produk yang akan dibuat secara *homemade* dengan menggunakan bahan yang berkualitas baik serta aman untuk dikonsumsi.

Bisnis yang akan dibuat nantinya adalah dilakukan pada event atau acara tertentu seperti *Pop Up Bazaar*, *Pasar Semawis*, *Car Free Day*, namun, apabila terdapat konsumen dapat memesan melalui *Gofood* ketika ingin memesan namun sedang tidak bisa berkunjung ke acara tersebut. Produk yang akan dijual oleh usaha *Rainbow* ini nantinya tidak hanya sekedar berdasarkan trend yang ada saat ini namun juga akan berdasarkan pada kualitas serta mengutamakan kebutuhan masyarakat masa kini.

Konsep pemasaran yang akan dilakukan oleh usaha *Rainbow* ini adalah dengan menggunakan media sosial seperti contohnya *instagram*. Berdasarkan

hasil pra survey yang telah dilakukan bahwa banyak sekali peminat dari produk yang nanti akan dijual atau dibuat oleh usaha *Rainbow* ini sendiri. Namun para calon konsumen potensial tetap mengharapkan nantinya usaha *Rainbow* ini dapat menjual produk yang berkualitas dan dengan harga yang sesuai untuk produk – produknya.

Proses kerja atau sistem kerja dari *Online Shop Rainbow* ini adalah diawali penawaran dari peneliti sebagai pemilik toko online melalui pengiklanan di media sosial. Selanjutnya apabila terdapat acara atau event tertentu seperti *Pop Up Bazaar* yang terdapat pada iklan di media sosial maka akan dilakukan penjualan pada event tersebut namun konsumen tetap dapat memesan melalui *Gofood* apabila sedang berhalangan hadir pada bazaar tersebut. *Onlineshop Rainbow “The Bow”* ini memiliki logo dimana logo tersebut memiliki arti bahwa menyediakan makanan dan minuman yang terbaik, unik serta dapat menyenangkan hati konsumennya meskipun memiliki warna seperti pelangi.



Gambar 4.1 Logo Online shop Rainbow

4.2 Gambaran Responden

Berdasarkan hasil dari wawancara kepada 5 narasumber serta pembagian kuesioner kepada 30 responden yang telah dilakukan pada Bulan Mei 2018, berdasarkan sampel penelitian maka berikut adalah gambaran umum narasumber serta responden yang telah diperoleh :

Tabel 4.1 Data Responden Sesuai Dengan karakteristik

Data Responden berdasarkan Karakteristik		
NO	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	laki - laki	6
2.	perempuan	24
	total	30
No	usia	jumlah
1.	< 17 thn	0
2.	17<> 40 thn	27
3.	> 40 thn	3
	total	30
No	Pekerjaan	Jumlah
1.	Mahasiswa/ Pelajar	13
2.	Karyawan swasta	10
3.	PNS	1
4.	Karyawan BUMD	1
5.	Freelance	1
6.	Wiraswasta	2
7.	IBU RT	2
	TOTAL	30
No	Pendapatan	Jumlah
1.	>=500.000	10
2.	500.000-1.000.000	8
3.	1.000.000-2.000.000	3
4.	2.000.000-5.000.000	7
5.	> 5000.000	2
	total	30

Sumber : Data primer yang telah di olah pada bulan Juni 2018

Berdasarkan Data yang diperoleh diatas menunjukan bahwa sebagian besar adalah perempuan dengan total 24 orang sedangkan untuk laki – laki sebanyak 6 orang. Selain itu untuk responden perempuan dengan rentan usia 18-53 tahun, sedangkan untuk responden laki – laki yang memiliki rentan usia 21 hingga 24 tahun.

4.2 Tabel Data Responden dengan Frekuensi Sering Berbelanja Online Makanan dan Minuman.

Data responden frekuensi belanja online			
NO	Pekerjaan	Frekuensi	Jumlah
1.	karyawan /pegawai	sering	11
2.	pelajar / mahasiswa	sering	7
3.	IBU Rt	sering	1
4.	wiraswasta	sering	1
TOTAL			20

Sumber : Data primer hasil survey Mei 2018.

Berdasarkan data diatas bahwa responden yang paling sering membeli ataupun berbelanja online makanan dan minuman berjumlah 11 orang dengan pekerjaan sebagai Karyawan atau pegawai. Sedangkan untuk 10 responden lainnya tidak sering membeli makanan atau minuman melalui *online shop*.

4.3 Aspek Pasar dan Pemasaran

4.3.1 *Segmenting, Targeting, Positioning*

1.Segmentasi

a. Segmenting Geografis

Usaha *Rainbow* ini akan berada di area Semarang Barat dan Semarang Tengah karena meskipun merupakan usaha online namun karena produk yang di jual adalah produk makanan dan minuman yang tidak dapat bertahan terlalu lama maka tentu tidak dapat didistribusikan diluar area sekitar Semarang Barat dan Semarang Tengah . Dengan demikian yang

menjadi segmentasi paling utama secara geografis dari usaha yang akan saya jalankan adalah area Kota Semarang.

b.Segmenting Demografis

berdasarkan hasil analisa terhadap usah yang telah pesaing lakukan dimana mereka menentukan segmentasi berdasarkan jenis produk serta bagaimana profit margin mereka sehingga terdapat usaha pesaing yang menentukan segmen pada semua kalangan ataupun untuk kalangan tertentu sesuai dengan kualitas produk mereka dan juga menyesuaikan dengan usia yang ada, maka berdasarkan hal tersebut segmentasi usaha Rainbow ini akan membagi berdasarkan setiap elemen demografis berikut:

1. Usia : dengan kategori usia 18 – 50 tahun dengan alasan bahwa produk yang dijual adalah makanan serta minuman, sehingga dapat melayani konsumen baik usia produktif maupun yang sudah tidak terlalu produktif.
2. Jenis kelamin : untuk jenis kelamin baik laki – laki maupun perempuan yang dapat dijadikan segmen pasar.
3. Usaha Rainbow ini akan melayani kelas ekonomi menengah hingga kelas ekonomi menengah ke atas yang memiliki pekerjaan baik mahasiswa dengan uang saku kisaran Rp 500.000 hingga Rp1.000.000 serta Wiraswasta dan pegawai atau karyawan yang memiliki pendapatan berkisar Rp 2000.000-Rp 5.000.000 dengan daya beli kisaran Rp 10.000 hingga Rp 20.000,00.

C. Segmentasi Psikografis

Berdasarkan adanya perkembangan teknologi internet serta media sosial yang ada saat ini serta meningkatnya pengguna media sosial seperti instagram di era moderen saat ini serta mengamati jumlah konsumen pesaing yang ada maka hal

tersebut menunjukkan bahwa baik usia remaja produktif hingga usai dewasa yang sudah tidak terlalu produktif dapat mengikuti perkembangan zaman yang ada saat ini dan juga terjadinya perubahan gaya hidup tidak hanya anak remaja saja namun orang tua yang masih berusia produktif pun memiliki gaya hidup yang berubah. Mengamati adanya peluang yang besar tersebut maka diharapkan konsumen dapat menerima produk yang akan menjadi usaha dari *Rainbow* ini.

2.Targeting

Target utama dari Online Shop *Rainbow* ini adalah laki – laki dan perempuan dengan penghasilan antara 500.000 – 1.000.000 dengan daya beli kisaran Rp 10.000 hingga Rp 20.000,00 dengan rentan usia 18 tahun hingga 50 tahun dengan alasan bahwa konsumen mampu melakukan *repeat order* setiap bulannya serta memiliki potensi tinggi untuk membeli makanan dan minuman dari usaha *Rainbow* ini. Target utama lainnya dari usaha *Rainbow* ini adalah para pengguna internet yang menggunakan media sosial seperti Instagram dan aplikasi media sosial lainnya dengan tujuan agar dapat dengan mudah mengakses Toko online dari *Rainbow* ini. Target lokasi usaha adalah area Semarang Barat seperti Semarang Indah, Puri Anjasmoro, dan Sekitar Area Tanah Mas, Serta area Semarang Tengah yaitu pada acara seperti Pop Up Bazaar yang diadakan di mall besar seperti contohnya The Market Paragon Mall, Absolute Bazaar, Pasar Semawis, dan event lainnya.

3.Positioning

Online Shop Rainbow akan menawarkan produk makanan dan minuman yang unik dan berbeda dengan kualitas yang baik, tidak hanya mempertimbangkan trend dan peluang saja namun akan diutamakan kualitas produk yang terbaik untuk dihadirkan di Kota Semarang ini. Produk yang akan ditawarkan adalah roti bakar dengan *rainbow mozzarella* yang masih sangat jarang ditemukan di Semarang serta *rainbow* dawet dengan kemasan dan rasa yang berkualitas serta unik.

Positioning merupakan sarana untuk mengetahui keunggulan dari masing – masing toko online yang ada dengan analisis yang telah dilakukan secara komponensial dalam bentuk tabel yang akan dilampirkan. Selain itu dilakukan analisa secara terperinci tentang bagaimana positioning yang telah dilakukan oleh pesaing yang selanjutnya akan diidentifikasi terhadap usaha *The Bow*. Analisa dalam bentuk bagan tersebut terdapat pada bagian lampiran pada lampiran 3.

Berdasarkan analisa terhadap aspek pemasaran pada indikator STP yang dilakukan oleh pesaing maka dapat diidentifikasi bahwa hal – hal yang dilakukan oleh pesaing adalah :

1. Melakukan identifikasi potensi pasar yang ada terhadap produk mereka
2. Menjaga kualitas produk
3. Menentukan target sesuai jenis produk serta disesuaikan dengan kemajuan zaman saat ini.
4. Adanya penentuan diferensiasi dan menjaga nama baik yang sudah ada dengan tujuan menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan mereka.
5. Berinovasi dan menjaga originalitas.

Menggunakan metode baru untuk penentuan target pasar.

4.3.2 *Marketing Mix*

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka akan dijelaskan analisa hasil dari penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.3 Perbandingan marketing Mix Pesaing dan usaha Rainbow.

Keterangan	Product	Place	Price	Promotion
Thai tea jelly	Thai tea ori dan Greentea	BBM WA	Rp 8000	Instagram Chat BBM
JOIE	Roti Sobek klasik dan Roti kasur	Instagram: @JOIE WA LINE	Rp 35000- Rp 100.000	Insta ADDS Endorsement

Tabel 4.3 Perbandingan *Marketing Mix* Pesaing dan usaha *Rainbow*

				instagram
Krikrezz	Susu almond Katering sehat Keripik tahu bulat Macaroon Keripik setan dll	Wa Instagram Line Distribusi ke Konsumen dengan kurir Atau COD	Rp 10.000- Rp 35000	Instagram Brosur Kanvas strategi
Singkong Cik yul	Singkong ala thai dan tart sawut tampah Snack jajan pasar tampah	Wa Instagram Facebook Distribusi langsung by Gocar	Rp 15000 Rp 22000 Hingga Rp 800.000 (snack tampah tray susun)	Instagram WOM Facebook
Budum thai tea	Thai tea ori Greentea	WA Instagram Deliveri langsung by ojek online atau pick up	Rp 8000	Instagram WA
Rainbow	Roti Bakar mozarella rainbow dan Es Dawet raibow	WA Instagram Line Deliveri by kurir/ GOSEND	Rp 15.762,21 Rp 13.810,89	Instagram Paid promote Insta Ads

Sumber : survey peneliti Mei 2018

Berdasarkan analisa di atas maka dapat diidentifikasi serta disimpulkan bahwa usaha *Rainbow* ini menjual Makanan dan minuman secara online seperti yang dilakukan oleh pesaing namun produk yang dijual berbeda serta memiliki keunikan tersendiri. Selain itu harga yang ditawarkan juga mampu bersaing dengan pesaing yang ada di pasaran tetapi tetap menyesuaikan kualitas dan

kuantitas yang ada. Lokasi usaha yang online dapat dijangkau dengan mudah serta pendistribusian langsung ke konsumen dengan kurir atau ojek online (*GO Send*).

Berdasarkan identifikasi tersebut maka berikut akan dijelaskan mengenai marketing mix dari *online shop Rainbow* sebagai berikut:

1. *Product*

Produk yang ditawarkan oleh usaha *Rainbow* ini adalah makanan dan minuman yang terinspirasi dari *Street food* di Thailand dimana produk tersebut adalah roti bakar *rainbowmozzarella cheese* dan juga es dawet *rainbow* dimana produk masih jarang ditemukan di kota Semarang dengan keunikan tersendiri serta produk dijamin sehat dan aman untuk dikonsumsi. Konsep kemasan dari produk ini adalah untuk roti bakar *rainbow mozzarella* nantinya akan dikemas dengan aluminium foil serta dimasukkan kembali ke dalam styarofom yang telah diberi label logo dari usaha *Rainbow "The Bow"* ini untuk menjaga kualitas makan agar tetap hangat serta keju dapat tetap meleleh sempurna ketika sampai ke konsumen.



Gambar 4.2 kemasan dari Roti bakar *rainbow mozzarella*

Sumber : www.Google.com & Logo Application android



Gambar 4.3 contoh produk roti bakar *rainbow mozzarella*

Sumber : Data primer Dokumentasi peneliti 2017



Gambar 4.4 contoh produk dan kemasan Cup es dawet *rainbow*

Sumber: Data penelitian 2017



Gambar 4.5 contoh kemasan pouch alternatif kemasan es dawet *rainbow*

Sumber : akun instagram@RajakecilGroup & www.Google.com

2. Price

Online shop Rainbow juga menawarkan harga yang terjangkau untuk konsumen dimana kebijakan harga sebagai berikut :

1. Roti bakar *rainbow mozzarella Cheese* :Rp 19.800
2. Es dawet *rainbow* : Rp 15.339

Apabila terdapat konsumen yang menginginkan pada roti *rainbow mozzarella* tersebut terdapat tambahan topping seperti daging atau keju maka akan dikenakan tambahan sebesar Rp 2500 hingga Rp 5000,00. Kemudian untuk es dawet *rainbow* nantinya apabila terdapat konsumen yang menginginkan kemasan berbeda seperti Pouch maka akan dikenakan biaya tambahan sebesar Rp 2000,00. Penetapan harga yang ditawarkan adalah hasil dari wawancara kepada pesaing serta perhitungan HPP yang telah dilakukan, serta berdasarkan permintaan dari konsumen yang menjadi responden bahwa harga serta ukuran dan kualitas produk yang harus disesuaikan.

3. Place

Untuk place atau tempat disini adalah bagaimana lokasi usaha serta sistem distribusi ke pada konsumen. Untuk lokasi usaha yang merupakan usaha online shop dapat ditemui pada instagram. Kemudian untuk pendistribusian kepada konsumen akan dilakukan secara langsung pada saat event tersebut serta dapat juga dikirimkan melalui *GO FOOD* atau kurir. Biaya pengiriman dengan gosend atau kurir akan ditanggung oleh konsumen tersebut. Untuk pengiriman es dawet rainbow, pengiriman menggunakan box khusus untuk menjaga agar es dawet tetap dingin dan es batu tidak mencair



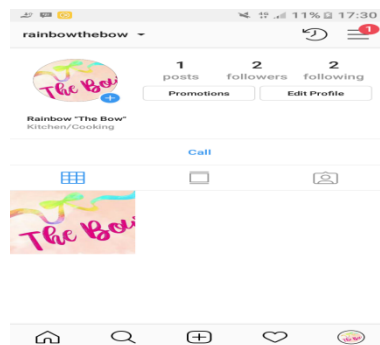
Gambar 4.6 ice box Khusus untuk pengantaran produk ke konsumen

4. *Promotion*

Berdasarkan analisa terhadap usaha yang dilakukan oleh pesaing dimana dalam berpromosi mereka menyesuaikan dengan kondisi saat ini yaitu dengan menggunakan media sosial. Hal ini juga akan dilakukan oleh *online Shop Rainbow* dimana dalam mempromosikan produknya akan menggunakan media sosial yang ada seperti instagram, insta ads, facebook serta aplikasi media sosial lainnya. Proses mengiklankan melalui media sosial yaitu:

a. Promosi produk

1. Membuat akun media sosial seperti Instagram dari uisaha online yang akan peneliti jalankan.



Gambar 4.7 contoh akun untuk promosi di media sosial

Sumber : Akun Instagram *Rainbow The Bow*

2. Memposting foto produk dari usaha *rainbow* ini pada instagram.
3. Selanjutnya adalah melakukan promosi dengan menggunakan *instagram ADS* dan *Facebook ADS*.
4. Selain melalui media sosial juga terdapat strategi yang telah dilakukan oleh pesaing namun setelah peneliti melakukan pengamatan terdapat strategi yang dilakukan oleh pesaing dimana menerapkan proses inovasi terhadap proses pemasarannya yaitu dengan menggunakan strategi kanvas. Dimana pengertian dari strategi kanvas menurut pendapat dari W.Chan Kim dan Rene Maubourgne (2006) adalah “kerangka aksi sekaligus diagnosis untuk membangun strategi samudra biru yang baik”.(kim, 2006) dengan fungsi dimana agar saya dapat mengetahui situasi terkini sehingga mampu menyesuaikan dengan kompetisi saat ini.

b. Promo Ongkos Kirim

Pada tahun pertama dan kedua akan dilakukan pengiriman produk dengan menggunakan ojek online dikarenakan pada dua tahun pertama tersebut belum ada proses perekrutan karyawan atau kurir. Biaya ongkos kirim akan dibebankan kepada konsumen, namun akan diberikan promo terhadap ongkos kirim dimana setiap

pembelian 20 biji maka ongkos kirim akan dipotong sekitar 5% hingga 20%.

4.3.3 Penawaran dan Permintaan

Online Shop The Bow ini memiliki target pasar kelas menengah hingga kelas atas dimana dengan semua jenis kelamin dan usia sekitar 18 hingga 50 Tahun dimana memiliki daya beli dengan kisaran harga Rp 10.000 hingga Rp 20.000. Hasil dari survey menunjukkan beberapa estimasi permintaan produk pada usaha dari pesaing sebagai berikut:

Tabel 4.3 Estimasi produk yang terjual oleh pesaing

Nama usaha	Estimasi produk terjual / Bulan
Thai tea jelly	150 btl
JOIE	360 dus
Krikrezz	600 pack
Singkong cik yul	240 pack
Budum Thaitea party	300 cup

Sumber : Data primer hasil penelitian yang dilakukan pada bulan Mei – Juni 2018

Diasumsikan bahwa jumlah produk yang terjual perharinya dari setiap pesaing yang telah diteliti adalah perhari nya adalah 5 botol pada *online shop Thai tea jelly*, sedangkan pada usaha JOIE adalah 5 hingga 12 dus, Krikrezz dengan jumlah per produk yang laku terjual adalah 5 pack dan botol, serta pada usaha singkong ala thai pada usaha Singkong Cik Yul adalah 7 hingga 10 tampah atau pack per hari berdasarkan orderan dari konsumen serta Budum thai tea berkisar 8 hingga 15 per cup nya. Dari jumlah estimasi produk per bulan yang dapat menjadi patokan dari usaha Rainbow ini adalah berdasarkan pada jumlah permintaan dari konsumen pada usaha *Thai tea* ataupun JOIE yaitu berkisar 300 produk per

bulannya. Dengan perkiraan jumlah produk roti bakar *rainbow Mozarella* per harinya 10 hingga 15 pack sedangkan untuk es dawet *rainbow* 10 cup / *pouch* per harinya. Dengan demikian maka perkiraan penjualan usaha rainbow pada tahun 2018

Tabel 4.4 Estimasi perkiraan penjualan produk *Rainbow “The Bow”* pada kondisi Normal 2018.

Keterangan	Produk terjual Per Bulan	Produk terjual per tahun
Roti bakar <i>Rainbow Mozarella</i>	300 Pack	3600
Es dawet <i>rainbow</i>	200 cup /POUCH	2400

Sumber : data primer di olah pada bulan Juni 2018

Tabel 4.5 Perkiraan penjualan produk pada kondisi Normal

Ket	2018	2019	2020	2021	2022
Rb <i>Mozarella Rainbow</i>	3600	3784	3982,66	4191,75	4413,91
Es <i>dawet rainbow</i>	2400	2522	2654,41	2793,76	2941,83
Total	6000	6306	6637,1	6985,51	7355,74

Sumber : Data primer diolah bulan Juni 2018

Berdasarkan pada tabel diatas diasumsikan penjualan yang dilakukan oleh toko online Rainbow ini mampu menjual 10 % hingga 50 % dari usaha pesaing dan estimasi penjualan terbanyak pada produk Roti bakar *rainbowmozarella*.

Data pada tabel di atas adalah perkiraan penjualan pada kondisi Normal dengan estimasi penjualan berkisar 10% hingga 45% dari usaha pesaing. Dari tabel di atas maka perkiraan permintaan produk pada kondisi Pesimis adalah:

Tabel 4.6 Estimasi permintaan produk dalam keadaan pesimis berdasarkan tingkat Pertumbuhan 5,1%

Keterangan	Penjualan /Bulan	Penjualan /tahun
Roti bakar	165	1980
Es dawet <i>rainbow</i> .	100	1200
Total	250	3180

Sumber : Data primer diolah bulan Juni 2018

Tabel diatas merupakan proyeksi permintaan produk untuk jangka waktu 5 tahun dengan dasar estimasi pertumbuhan ekonomi sebesar 5,1 % berdasarkan tingkat pertumbuhan ekonomi pada kuartal I 2018 sebesar 5,06 % lebih besar dibandingkan pada 2017 yang sebesar 5,01% .

4.4 Aspek Teknik dan teknologi (Operasi)

Pada aspek ini akan dijelaskan mengenai lokasi hingga perhitungan hpp yang ada pada usaha *Rainbow* ini. Selain itu akan dijelaskan mengenai proses produksi dari penyediaan hingga produksi dari online shop ini. Gambar analisa data terdapat pada lampiran 4

4.4.1 Penentuan lokasi dan tata letak.

Berdasarkan hasil analisa penelitian terhadap pesaing maka dapat disimpulkan bahwa untuk lokasi serta tata letak dari usaha home industri yang bersifat online dan *pre order* berada pada halaman media sosial, sedangkan untuk lokasi dari produksi rata – rata oleh pesaing dilakukan di rumah mereka pribadi. Berdasarkan hal tersebut maka tata letak usaha *Online Shop Rainbow “ The Bow”* ini adalah ada pada halaman media sosial Instagram. Untuk lokasi produksi berada pada rumah dari owner sendiri serta pada lokasi event atau acara bazaar yang ada agar makanan atau minuman yang disediakan dapat terjaga kualitasnya dikarenakan mempertimbangkan efisiensi serta efektifitas yang ada.

4.4.2 Teknologi yang digunakan

Teknologi untuk proses promosi yang digunakan adalah teknologi internet dimana dengan menggunakan Media sosial instagram atau pun *Facebook* sebagai sarana promosi. Untuk menggunakan instagram *ads* tersebut akan dikenakan biaya minimal sebesar Rp 25000, 00.



Gambar4.8 contoh instagram Ads *sponsored*.

Sumber : <https://www.the-reference.com>

4.4.3 Peralatan pendukung teknologi (Hardware)

Terdapat beberapa hardware yang dapat digunakan seperti:

1.Modem

Modem yang digunakan oleh peneliti yang merupakan pemilik usaha *Rainbow* adalah modem Tsel yang berbentuk seperti *flash disk* dengan alasan lebih fleksibel serta mudah dibawa kemana pun.

2.Hand Phone Android

Hand phone android merupakan alat komunikasi era saat ini yang dapat digunakan untuk membuka jaringan internet serta dapat berguna untuk memudahkan dalam mensharingkan jaringan internet ke perangkat untuk berinternet lainnya seperti untuk dijadikan sebagai *hotspot* laptop. Alasan peneliti menggunakan handphone sebagai *hardware* karena sangat mudah dibawa kapan pun dan dimanapun. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh pesaing bahwa media atau alat yang digunakan adalah hanya *hand phone* saja, tidak ada

hard ware lainnya yang digunakan. Sehingga berdasarkan penelitian yang dilakukan maka yang dapat digunakan peneliti untuk menjadi hardware utama dalam usaha online nantinya adalah hand phone.

4.4.4 Listrik

Penggunaan listrik pada proses produksi adalah akan disesuaikan dengan kebutuhan dari usaha ini, dimana tujuannya adalah agar tagihan dari listrik tidak terjadi pembengkakan. Dalam usaha *Rainbow* ini penggunaan listrik sangat sedikit dimana hanya membutuhkan lampu atau pencahayaan serta untuk mencharge handphone yang digunakan untuk memposting produk ke media sosial dengan tujuan untuk memasarkan produk. Penjelasan mengenai penggunaan listrik atau biaya listrik pada *Online Shop The Bow* adalah sebagai berikut:

Biaya listrik per bulan : $2.2\text{KWH} \times 30 \times 760 = \text{Rp } 50.160$

Asumsi 20 hari kerja : biaya listrik per hari = $50160/20 = \text{Rp } 2.508$

Biaya listrik per jam = $2508/8 \text{ jam} = 313,5$

Biaya pemakaian listrik per pack roti: asumsi 15 pack butuh waktu 2jam

= $2 \times 313,5$

= 627

Biaya pemakaian listrik per 10 cup = asumsi 10 cup 1,5 jam = $1,5 \times 313,5 = 470,25$

4.4.5 Perencanaan produk

Proses perencanaan produk dari online shop *Rainbow* ini adalah:

1. Melakukan design terhadap bentuk dan rasa dari produk
2. Menetapkan design dari kemasan produk
3. Mendesign logo usaha
4. Melakukan percobaan terhadap pembuatan produk(uji coba) untuk menentukan quality control dari produk atau bisa disebut juga dengan SOP.

5. Menentukan pemilihan terhadap bahan baku yang layak untuk digunakan sebagai bahan baku produksi.

4.4.6 Penentuan Standar Operasional

A. Tujuan

1. Memproduksi makanan dan minuman yang memiliki aneka warna namun tetap sehat dan aman dikonsumsi.
2. Menjual makanan yang higienis serta inovatif
3. Menjual produk yang berkualitas.
4. Melayani permintaan khusus konsumen
5. Menjaga kepercayaan konsumen terhadap usaha *Rainbow*.

B. Prosedur kerja

1. melakukan design terhadap produk baik rasa, serta bentuk
2. melakukan uji coba terhadap produk roti maupun dawet
3. setelah produk jadi maka menentukan takaran –takaran bahan baku untuk pembuatan roti bakar *rainbow mozzarella* ataupun *es dawet rainbow* sebagai berikut :

a. Bahan baku roti bakar *rainbow mozzarella cheese*

1. roti tawar
2. 5 macam Pewarna makanan
3. Butter (1 sendok teh butter per produk)
4. Keju mozzarella (4 balok keju bisa untuk 15 tangkap roti).
5. gula 2 sendok teh

b. bahan baku es Dawet

Tepung Beras 30 kg

Tepung sagu 15 kg

Gula Aren	1 kg
Santen	5 liter
Daun pandan	6 kg
Es batu	30kg

Pewarna makanan 6 btl

Bahan tambahan lainnya

4. penentuan proses pembuatan

a. proses pembuatan produk roti bakar *rainbow mozzarella cheese*

1. pertama siapkan alat dan semua bahan yang diperlukan.
2. parut keju mozzarella kemudian berikan pewarna makanan yang telah di siapkan.
3. olesi 2 roti dengan butter kemudian beri gula pasir 2 hingga 3 sendok teh kemudian ratakan pada setiap sisi dari roti.
4. kemudian tata keju yang telah diberi pewarna tersebut di atas roti kemudian tangkap kan(susun 2roti menjadi satu) roti tersebut.
5. panaskan alat pemanggang (teflon) yang telah diolesi sedikit butter, kemudian panggang roti tersebut.
6. setelah matang merata bungkus roti dengan alumunium foil kemudian masukan ke dalam dus kemasan roti tersebut.

b. proses pembuatan es dawet *rainbow*.

1. siapkan semua alat dan bahan terlebih dahulu.
2. siapkan tepung beras serta pati pada sartu mangkuk kemudian ayak tepung tersebut.

3. kemudian campurkan air 250 ml pada camuran kedua tepung yang telah diayak. Selanjutnya adalah campurkan masing masing warna yang telah disiapkan pada adonan dawet.
4. masak adonan hingga kalis kemudian cetak adonan dawet tersebut dengan cetakan khusus dawet dan letakan dawet pada air es.
5. selanjutnya adalah masak santan dan gula aren secara terpisah dan berikan daun pandan pada adonan gula aren ataupun santan.
6. kemudian dawet dapat disajikan pada konsumen.

5. Peletakan data SOP

SOP yang telah dibuat akan diletakan atau di tempel pada dapur produksi agar kualitas dari produk usaha The Bow ini tetap terjaga serta terkendali dengan baik.

4.4.7 Pengiriman barang

Setelah produk dibuat atau diproduksi, maka akan secara langsung dikirim ke konsumen dengan kurir ojek online atau pun dapat diambil sendiri oleh konsumen tersebut. pengiriman akan dilakukan setelah konsumen dengan jelas dan berkomitmen untuk memberi alamat secara lengkap dan benar.

4.4.8 Perhitungan Harga Pokok Produksi

$$\text{HPP} = \text{Biaya produksi} / \text{Jumlah produksi}$$

$$\text{HPP Roti bakar} : \text{Rp } 4.588.230,72 / 300 \text{ pack}$$

$$\text{HPP} = \text{Rp } 15.294,10$$

Harga jual Roti

$$\text{Dengan asumsi keuntungan } 30\% : 15.294,10 + (15294,10 \times 30\%)$$

$$\text{Harga jual roti} = \text{Rp } 19.800$$

Harga jual dawet *rainbow*

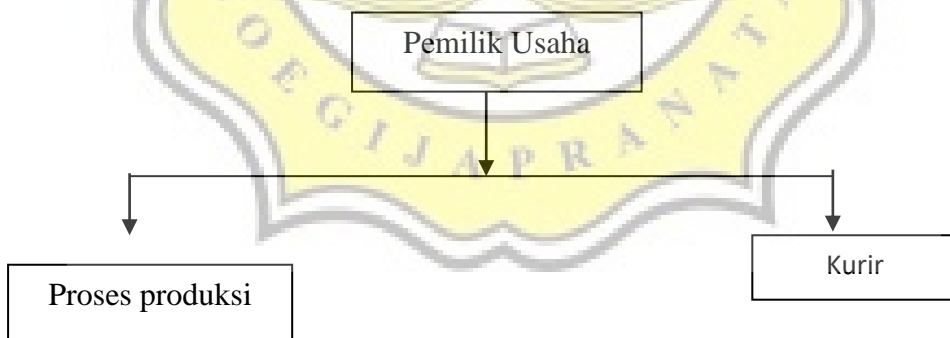
$$\text{HPP} = 2.788.854,39/200$$

$$\begin{aligned}\text{Harga jual Dawet} &= 13.944 + (13.944 \times 10\%) \\ &= \text{Rp } 15.339\end{aligned}$$

Perhitungan HPP didasarkan pada total keseluruhan biaya baik biaya operasional, biaya perolehan bahan baku serta peralatan dan perlengkapan hingga penyusutan dari peralatan.

4.5 Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumberdaya Manusia pada *Online Shop Rainbow* ini berdasarkan pada jumlah karyawan atau pegawai yang dibutuhkan serta pemilihan karyawan yang disesuaikan dengan skill yang dimiliki oleh calon karyawan dan diperlukan oleh usaha peneliti ini. Untuk penambahan karyawan akan dimulai pada tahun ketiga ketika omzet sudah semakin meningkat. Namun akan dilakukan perancangan struktur organisasi serta karyawan yang dibutuhkan beserta sistem perekrutan pada *Online Shop Rainbow* sebagai berikut:



Gambar 4.9 Struktur organisasi Online Shop Rainbow “ The Bow “ Food and Beverage

Sumber: Data primer hasil penelitian Mei-Juni 2018

4.5.1 Job Spesification dan Job Description

Tabel 4.7 Spesifikasi pekerjaan dan Deskripsi Pekerjaan

Keterangan	<i>Job Spesification</i>	<i>Job Description</i>
Pemilik usaha	Dapat mengelola,menentukan proses produksi	Melakukan pengawasan terhadap usaha “The Bow” sehingga dapat melakukan pemilihan dan memutuskan semua hal secara tepat.
Proses Produksi	Wanita minimal lulusan SMK tata boga, dengan kriteria jujur serta tekun. Memiliki kemampuan komunikasi dengan baik	Tugas: a.membantu dalam proses produksi yang juga akan dilakukan oleh owner b. membuat produk sesuai SOP.
Kurir	Min lulusan SMA tekun,ulet	Mengantar produk ke konsumen

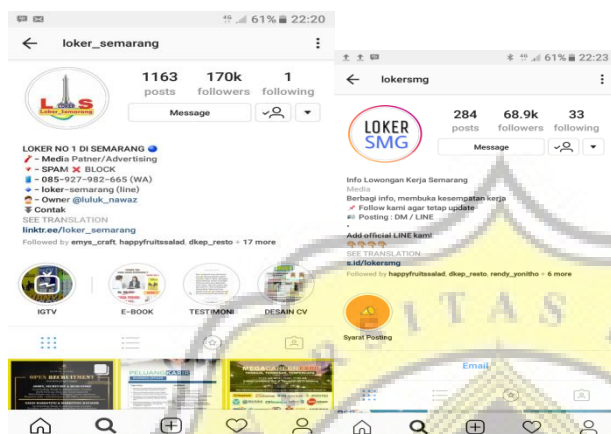
Sumber : data primer yang diolah bulan Mei – juni 2018

4.5.2 Rekrutment dan Seleksi

Berdasarkan hasil analisa terhadap sistem merekrut dan menseleksi karyawan yang telah dilakukan oleh pesaing, dimana masing – masing memiliki cara yang berbeda dan tujuan yang berbeda, maka telah disimpulkan bahwa terdapat beberapa hal yang dapat diimplementasikan pada usaha *Rainbow* ini sendiri seperti sistem rekrut atau cara mengiklankan lowongan pekerjaan serta penentuan deskripsi pekerjaan. Berikut adalah sistem perekrutan dan seleksi terhadap karyawan usaha *Rainbow*:

a.Rekrutitment: dalam proses rekrutmen, usaha “*The Bow*” ini akan melakukan pengiklanan lowongan pekerjaan terlebih dahulu melalui media sosial seperti instagram. Pemasangan iklan lowongan pekerjaan pada media sosial dapat

dilakukan melalui akun – akun loker seperti contohnya @loker_ semarang, loker_srg, dan lainnya. Selain melalui akun loker, peneliti sebagai pemilik usaha ini nantinya akan merekrut langsung siswa SMK tata boga atau juga melalui pemasangan iklan di koran.



Gambar 4.10 Contoh akun instagram Lowongan kerja

Sumber : akun instagram Loker_ Semarang dan @Loker SRG

b. Seleksi: untuk proses seleksi akan dilakukan oleh saya sebagai pemilik langsung usaha ini, serta berpedoman pada kemampuan yang mereka miliki dan komitmen kinerja calon karyawan tersebut.

c. Orientasi: proses orientasi yang akan dilakukan setelah melakukan seleksi adalah melalui pengenalan karyawan baru tersebut terhadap situasi kerja pada lingkungan kerja usaha *Rainbow*. Pentingnya orientasi ini demi kelancaran proses kerja dan produksi pada usaha ini nantinya. Harapannya, melalui orientasi ini karyawan dapat beradaptasi dengan baik karena apabila proses adaptasi karyawan berjalan dengan lancar maka tentu proses produksi juga akan berjalan sesuai SOP yang ada.

4.5.3 Pengaturan Gaji

Gaji akan diberikan sesuai dengan bagaimana kinerja dari karyawan tersebut. Karena perekrutan karyawan akan dilakukan pada tahun ketiga ketika omzet telah semakin meningkat maka pemberian gaji tentu dimulai pada tahun ke tiga tersebut. dengan diawali dari perekrutan 1 orang sebagai tim yang membantu dalam proses produksi dengan jumlah gaji UMR berkisar Rp 2.700.000 per orang kemudian untuk tahun berikutnya akan direkrut karyawan pada bagian produksi dengan estimasi gaji sekitar Rp 500.000 dikarenakan masih dalam masa percobaan, kemudian untuk beberapa tahun berikutnya apabila pekerjaan dari karyawan tersebut dapat berjalan dengan baik dan lancar, maka akan memperoleh kenaikan gaji sebesar 5%. Untuk analisa Bagan analisa Data terlampir pada lampiran 5.

4.6 Aspek Yuridis

Aspek yuridis merupakan aspek kelayakan bisnis dari segi hukum atau kesesuaian suatu usaha. Kesimpulan yang telah dibuat berdasarkan penelitian dimana *online shop* baik makanan ataupun minuman yang berbasis pada industri rumahan merupakan sebuah UMKM. Sehingga untuk pengurusan izin usaha terlampau tidak terlalu resmi dimana seperti yang telah dituturkan oleh owner usaha pesing bahwa usaha *online shop* yang dasarnya industri rumahan tidak memiliki jenis badan usaha seperti CV ataupun PT, namun izin – izin yang diperlukan adalah izin PIRT serta izin terhadap lingkungan usaha agar warga sekitar tidak merasa terganggu. untuk bagan lengkap dari hasil analisa data terlampir pada lampiran 6.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka aspek yuridis dari usaha *Rainbow* ini sendiri adalah :

1. Badan Usaha

Online shop The Bow ini tidak memiliki badan usaha yang secara spesifik namun termasuk jenis usaha UMKM (*Home industry*).

2. Jenis Usaha

Jenis usaha dari online shop ini adalah *Home industry yang bergerak* di bidang makanan dan minuman.

3. Tempat usaha

Tempat usaha yang akan menjadi tempat untuk melaksanakan produksi dan penjualan produk adalah rumah dari pemilik usaha Rainbow ini. Untuk izin tempat usaha akan dilakukan terhadap lingkungan sekitar demi kenyamanan bersama.

4.7 Aspek Keuangan

4.7.1 Kebutuhan dana dan sumber dana

Untuk dapat menjalankan usaha *online Rainbow* ini, diperlukan beberapa dana yang digunakan untuk menjadi investasi atau modal memulai usaha. Beberapa investasi atau modal yang diperlukan adalah sebagai berikut:

- a. Investasi atau harta tetap yang berguna untuk menjadi peralatan dari usaha yaitu: terdapat pada halaman 70

Tabel 4.8 Modal awal yang berupa investasi tetap

Biaya Peralatan				
NO	Peralatan	Harga Satuan	JUMLAH	Harga / bln
1	panci teflon (pemanggang)	200.000	2	400000
2.	kompore	155.000	1	155000
3.	Alat pamarut Keju	5000	2	10000
4.	Panci	220.000	2	440000
5.	cetakan Dawet	5000	2	10000
6.	sendok sayur	7.000	2	14000
7	Hand Phone Android	3.500.000	1	3.500.000
8	Gas	150.000	1	150.000
	Total			Rp 4.679.000

Sumber Data primer hasil penelitian pada bulan Mei- Juni 2018

Tabel 4.9 Data Depresiasi Investasi Aktiva tetap

Barang	Umur ekonomis	Depresiasi / bln
panci teflon (pemanggang)	2 tahun	Rp 16.666,67
kompore	10 tahun	Rp 1291,67/bln
Panci	10 tahun	Rp 3666,67
Hand Phone Android	5 tahun	Rp 58.333,33
Parutan keju	7 thn	Rp 119.05
Cetakan dawet	7 tahun	Rp 119.05
Sendok sayur	10 tahun	Rp 116.67
Total		Rp 80.313,11

Sumber : data primer yang diolah bulan Mei – Juni 2018

Tabel diatas merupakan data penyusutan dari peralatan usaha *Rainbow* dimana beberapa produk memiliki umur ekonomis sebanyak 2 hingga 10 tahun. Berdasarkan data tersebut akan diperoleh total biaya depresiasi yang ada.

b.Modal Kerja

yang dikategorikan sebagai modal kerja adalah biaya bahan baku yang diperlukan untuk membuat produk, biaya overhead seperti listrik, air, dan lainnya. Biaya – biaya tersebut telah dirinci untuk dapat mengetahui berapakah jumlah pengeluaran yang diperlukan untuk modal peneliti sebagai pemilik saham.

Tabel 4.10 Biaya Baha baku Roti *Rainbow Mozarella*

NO	Nama Barang	Jumlah	Harga satuan	Harga / Bulan
1.	Roti Tawar	90 bks	15000	1.350.000
2.	butter	200grm	60000	60000
3.	Pewarna makanan	6 btl	3500/btl	21000
4.	Keju Mozarella	2 pcs	30000	60000
6.	gula pasir	1 kg	13000	13000
Total				1.504.000

Sumber : Data Penelitian Ynag diolah Mei- Juni 2018

Tabel 4.11 Biaya Bahan Baku *Rainbow Dawet*

NO	Nama Barang	Jumlah	Harga Satuan	Harga / bulan
1.	Tepung Beras	30 kg	16000/kg	480.000
2.	Tepung sagu	15kg	18000/kg	180.000
3.	Gula Aren	1kg	17000	17000
4.	Santan	5 ltr	12000/liter	60000
5.	Daun pandan	6 kg	4000/200 grm	24000
6.	es batu	30kg	5000/kg	150000
7.	Pewarna makanan	6btl	3500/btl	21000
8.	Bahan tambahan lainnya	-	5500	165.000
total				1.097.000

Sumber : data primer yang diolah pada Mei – Juni 2018

Data biaya bahan baku diatas diperoleh berdasarkan survey yang telah dilakukan terhadap harga per produk bahan baku tersebut.

Tabel 4.12 Biaya Perlengkapan

Biaya Perlengkapan				
NO	Nama Barang	Harga satuan	Jumlah	Harga / bulan
1.	sterofoam	25000/lusin	2lusin	50000
2.	alumunium foil	40000/rol	10 rol	400000
3.	tissue makan	5000/pack	10pack	50000
4.	pisau roti plastik	8000/pack	20pack	160000
5.	garpu plastik	3500/pack	5pack	17500
6.	sendok plastik	4000/lusin	3lusin	12000
7.	sedotan plastik	8500/pack	2pack	17000
8.	gelas plastik	13.500/pack	6pack	81000
Total				787500

Sumber : data primer yang diolah bulan Mei – juni 2018

Tabel 4.13 Biaya operasional

Biaya Operasional			
NO	keterangan	Harga	total
1.	Biaya air	1960/m3	147000
2.	Biaya Listrik	Rp760/ 2200 VA	50160
3.	Biaya telepon	2350	70500
4.	Biaya Pulsa Kuota internet	150.000	300000
5.	Biaya Cetak sticker Logo	20.000/10 lbr	40000
6	Biaya cetak dus	500/dus	200.000
Total			807.660

Sumber : Data Primer hasil pengolahan pada Bulan Mei – Juni 2018

Biaya listrik per bulan : $2.2\text{KWH} \times 30 \times 760 = \text{Rp } 50.160$

Asumsi 20 hari kerja : biaya listrik per hari = $50160/20 = \text{Rp } 2.508$

Biaya listrik per jam = $2508/8 \text{ jam} = 313,5$

Biaya pemakaian listrik per pack roti: asumsi 15 pack butuh waktu 2jam

$$= 2 \times 313,5$$

$$= 627$$

Biaya pemakaian listrik per 10 cup = asumsi 10 cup 1,5 jam = $1,5 \times 313,5 = 470,25$

c. Sumber dana

Sumber dana usaha “The Bow “ berasal dari dana pemilik usaha ini sendiri dengan total dana sebesar Rp 11.000.000 dengan tabulasi penggunaan dana sebagai berikut:

Tabel 4.14 Modal Awal dan Alokasi Penggunaan Dana

Data Penggunaan Dana	Total (dalam bulan)
Modal awal	Rp10.700.000,00
Alokasi Dana	
Investasi harta tetap (peralatan)	Rp 4.679.000
Modal kerja	Rp 4.018.960
Biaya depresiasi	Rp 80.313,11
Biaya Pemasaran (kuota internet dan Instagram Ads)	Rp 325.000,00
Biaya promo ongkir	Rp 696.726,89
Biaya Sewa stand event	Rp 900.000
Total pengeluaran	Rp10.700.000,00

Sumber : Data penelitian primer Mei – Juni 2018

4.7.2 Laporan Keuangan

Tabel 4.15 Perkiraan Permintaan per Tahun

Keterangan	Asumsi / hari	Jumlah produk terjual / bln	Produk terjual per tahun
Rotibakar Mozarella Rainbow	15	300	3600
Es dawet rainbow	10	200	2400
Total	25	500	6000

Sumber : data primer yang diolah bulan Mei – juni 2018

Tabel 4.16 Proyeksi Permintaan Produk Makanan dan Minuman *Rainbow*

Keterangan	2018	2019	2020	2021	2022
Roti	3600	3780	3969	4167.45	4375.82
Es dawet	2400	2520	2646	2778.3	2917.215
total	6000	6300	6615	6945.75	7293.04

Sumber : data primer yang diolah bulan Mei – juni 2018

Selanjutnya adalah laporan laba rugi dimana akan dilakukan perhitungan mengenai total laba kotor hingga laba atau rugi bersih serta HPP dari usaha *Rainbow* ini dengan penetapan pajak 1 %. Tabel laporan laba rugi terdapat pada halaman selanjutnya pada tabel 4.17

Tabel 4.17 Laporan keuangan Laba Rugi

keterangan	2018	2019	2020	2021	2022
Penjualan	108.093.600	113.498.280	119.173.194	125.131.854,00	131.388.447,00
HPP	38.777.520	40.716.396,00	43.922.880	46.250.792,64	47.539.578,49
Laba kotor	69.316.080	72.781.884,00	75.250.314,00	78.881.061,36	83.848.868,51
Biaya operasional					
Biaya Pemasaran	3.900.000	4.098.900	4.314.092	4.540.582,10	4.781.232,94
Biaya Depresiasi		963.757	963.757	963.757	963.757
Biaya air+listrik	2.365.920,00	4.150.800,00	4.415.400,00	4.415.400,00	5.077.710,00
bitkl			16.698.000	22.000.000	23.100.000,00
Bi promo ongkir	5.380.361	5.380.361,34			
bi sewa stand event	29.400.000	29.400.000	29.400.000	29.400.000	29.400.000
EBT	41.046.281	43.993.818,66	51.375.849,57	61.319.739,42	63.322.700
Pajak 1%	913.560	1.134.982,80	1.191.731,94	1.251.318,54	1.313.884,47
EAT	40.132.721	42.858.835,86	50.184.117,63	60.068.420,88	62.008.815,79

Sumber : Penelitian Juni-Juli 2018

Keterangan :

- EBT adalah laba bersih sebelum pajak
- Perhitungan pajak didasarkan pada 1% dari omset sesuai dengan peraturan pemerintah tentang PPH nomor 46
- EAT adalah laba bersih setelah dikurangkan dengan pajak tersebut.

- d. Untuk biaya pada tahun ke -3 hingga tahun ke 5 diakumulasikan dengan jumlah karyawan yang telah mulai di rekrut.

Pada halaman selanjutnya terdapat tabel data perhitungan arus kas dari usaha *Rainbow* ini yang terdapat pada tabel 4.20

Tabel 4.18 Laporan Arus kas

Keterangan	2018	2019	2020	2021	2022
Arus kas Masuk	-				
Modal sendiri	128.400.000,00				
Laba bersih		42.858.835,86	50.185.117,63	60.068.420,88	62.008.815,79
Depresiasi	-	963.757	963.757	963.757	963.757
Hutang					
Total	0	43.822.593,18	51.148.874,95	61.032.178,20	62.972.573,11
Arus kas Keluar					
Bi. awal usaha	128.400.000,00				
pajak		959.238,37	986.716,09	1.301.993,64	1.372.301
total	128.400.000,00	959.238,37	986.716,09	1.301.993,64	1.372.301
Arus kas bersih	0,00	42.863.354,81	50.162.158,86	59.730.184,56	61.600.271,82

Sumber : Penelitian bulan Juni-Juli 2018

4.7.3 Nilai Investasi

1. Payback Periode

Merupakan perhitungan mengenai periode pengembalian dari modal awal yang telah digunakan oleh peneliti sebagai sarana pembiayaan untuk memulai usaha. Berikut merupakan rumus serta proses perhitungan payback periode: $\frac{\text{Nilai investasi}}{\text{Kas masuk bersih}} \times 1 \text{ tahun}$

Kas masuk bersih

Berikut adalah perhitungan Pengembalian modal usaha *Rainbow*:

$$= \frac{128.400.000}{214.355.971,1} \times 1 \text{ tahun}$$

$$= 0,599011 \text{ tahun}$$

$$PP = 0,60$$

Dari hasil perhitungan maka payback periode memiliki nilai lebih rendah dari IRR(discount rate 11,80%) maka proyek dianggap layak dan proyek dapat di terima.

2.NPV

Npv adalah penghitungan nilai investasi pada tahun sekarang hingga ke depan dengan rumus sebagai berikut :

CF_t

$$NPV = \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

Tabel 4.19 NPV pada kondisi normal

Tahun	Aruskas Bersih	Discount Factor 5,1%	pv
2019	42.863.354,81	0,951474786	40783401,34
2020	50.162.158,86	0,951474786	47728029,36
2021	59.730.184,56	0,905304268	54073991,02
2022	61.600.271,82	0,861374185	53060883,92
total			195.646.305,65
Modal Sendiri			128.400.000,00
NPV			67.246.305,65

Sumber : data primer yang diolah bulan Mei – juni 2018

Keterangan : Npv memiliki nilai >0 maka usulan proyek diterima dan dianggap layak pada kondisi normal.

3.IRR

IRR adalah sebuah cara untuk menghitung tingkat pengembalian investasi namun disesuaikan dengan nilai yang ada pada masa sekarang. Berikut adalah perhitungan IRR dengan tabel 4.20 yang terdapat pada halaman 74

Tabel 4.20 Tabel perhitungan IRR

Tahun	Aruskas Bersih	Discount Factor 5,1%	pv	DF 10%	PV
2019	42.863.354,81	0,951474786	40783401,34	0,909090909	38.966.686,19
2020	50.162.158,86	0,951474786	47728029,36	0,826446281	41.456.329,64
2021	59.730.184,56	0,905304268	54073991,02	0,751314801	44.876.171,72
2022	61.600.271,82	0,861374185	53060883,92	0,683013455	42.073.814,51
	total				167.373.002,06
		NPV1	67.246.305,65	NPV2	38.973.002,06

Sumber: penelitian Mei-Juli 2018

$$\begin{aligned}
 \text{IRR} &= 10\% + \frac{38.973.002,06 \times (10\% - 5,1\%)}{38.973.002,06 - (-67.246.305,65)} \\
 &= 11,80\%
 \end{aligned}$$

IRR memiliki nilai lebih besar dari pada tingkat diskonto 5,1% maka bisnis atau investasi pada usaha *Rainbow* ini dianggap layak .

4.PI

Profitability indeks adalah penentuan indikator keuntungan dari hasil investasi. Profitability indeks dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{PI} = \text{PV kas masuk} / \text{Pv kas keluar}$$

$$\begin{aligned}
 \text{PI} &= \frac{167.373.002,06}{128.400.000} \\
 &= 1,3
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari *Profitability indeks* diatas maka dapat disimpulkan bahwa usaha *Rainbow "The Bow"* ini layak untuk dijalankan karena $\text{PI} > 1$